

**Anita Paszko-Janowska**

Akademia Ekonomiczna w Poznaniu

## **Osobowość, motywacja, przedsiębiorstwo rodzinne. Wybrane aspekty przedsiębiorczości**

### **Problemy z przedsiębiorczością**

Niemiecki psychiatra Wolfgang Rutz prowadził badania nad reakcją mieszkańców postkomunistycznych państw bałtyckich na nową sytuację ekonomiczną i polityczną po zmianach z początku lat 90. XX w.<sup>1</sup> Stwierdził, że narody te przechodzą ostry kryzys tożsamości. Popadając w sytuacje skrajne, ludzie dają dowody wielkiej odwagi lub stają się skłonni do rezygnacji czy kierowania się zasadą przyjemności. Ta ambiwalencja przejawia się z jednej strony otwartością na nowość, z drugiej prowadzi do utraty tożsamości i rodzi poszukiwania egzystencjalne. Rutz zauważył pewne objawy, które określa jako pozytywne: zdolność do improwizowania, tolerancję dla ryzyka, brak ustalonej struktury działania, elastyczność. Zauważył także pewne objawy negatywne wynikające z sytuacji kryzysowej. Znajdując się w stanie niepewności, ludzie przyjmują postawę oczekiwania, starają się nie brać na siebie odpowiedzialności (gdyż postrzegają ją jako niebezpieczną), przestrzegają ścisłej społecznej hierarchii, naśladując wzorce autorytarne. Są podejrzliwi i niespójni w zachowaniach. Jego zdaniem podobne reakcje można było zauważyć także i w Polsce (Mikulski Pomorski 1999).

Problemy wynikające z nowej sytuacji, w jakiej znaleźliśmy się po 1989 r., są skutkiem zmian, traumy, jaką przechodzi społeczeństwo. Max Weber<sup>2</sup> nazwałby to problemami z „duchem przedsiębiorczości”, my możemy nazwać wpływem socjalizacji<sup>3</sup> na jednostki, ich osobowość i kulturę.

Człowiek jest istotą społeczną; jego rozwój psychiczny, motywy, działania, postawy podlegają przemożnemu wpływowi czynników społecznych. Natura ludzka to zespół trwałych zdolności człowieka i jego sił motorycznych, zmuszających go nie tylko do zaspokajania potrzeb biologicznych, ale także do aktywnego przystosowania do środowiska społecznego i kulturalnego.<sup>4</sup> O przedsiębiorczości decyduje nie absolutny, uzyskany już poziom osiągnięć, lecz zakodowana w społeczeństwie potencja, dążność do osiągania. Niezwykle istotna jest rola rodziny w kreowaniu osobowości jednostki i jej wpływ na przedsiębiorczość. Rodzina jest podstawową instytucją, w której odbywa się proces socjalizacji.<sup>5</sup> Człowiek nie ma natury ludzkiej przy urodzeniu;

<sup>1</sup> Za: J. Mikulski Pomorski, 1999, *Niepokój a potrzeba ładu: współczesna polska transformacja wobec zmiany świadomości* [w:] *Imponderabilia wielkiej zmiany*, P. Sztompka (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków.

<sup>2</sup> Zob. M. Weber, 1994, *Etyka protestancka a duch kapitalizmu*. Wyd. Test, Lublin.

<sup>3</sup> Socjalizacja to proces, dzięki któremu jednostka wdraża się do sposobu życia swojej grupy i szerszego społeczeństwa przez uczenie się reguł i idei zawartych w kulturze. Socjalizacja początkowo dokonuje się w rodzinie, a następnie w innych grupach pierwotnych – rówieśniczych i sąsiedzkich. Później szkoła, kościół, uczelnia. Następnie cała gama innych grup zawodowych, terytorialnych, rekreacyjnych (patrz P. Sztompka 2003, J. Szczepański 1970).

<sup>4</sup> J. Szczepański, 1970, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa.

<sup>5</sup> P. Sztompka, 2003, *Socjologia*, Wyd. Znak, Kraków.

nabywa jej przez współzycie społeczne. Osobowość człowieka jest wytworem społeczeństwa i jego kultury, ukształtowanym w procesie socjalizacji. Popędy, które stanowią cechę gatunkową człowieka, są modyfikowane przez nabyte w toku socjalizacji umiejętności panowania nad nimi, przez wartości, idee, postawy, nawyki itp. W każdym człowieku te impulsy biopsychiczne oraz postawy, nawyki, idee, dążenia są zorganizowane, zintegrowane, stanowią jeden system i ten dynamiczny, zorganizowany system stanowi osobowość człowieka.<sup>6</sup> Rodzina jest najważniejszym pasem transmisyjnym, który służy przekazywaniu wzorców kulturowych następnemu pokoleniu. Przekazuje przeważnie część kultury dostępną warstwie społecznej i grupom, w których znajdują się sami rodzice. Jest to mechanizm socjalizowania dziecka w kategoriach celów kulturowych i obyczajów charakterystycznych dla tego wąskiego kręgu grupy społecznej. Ten proces jest mimowolny; dziecko, obserwując codzienne zachowania i luźne rozmowy rodziców, jest wystawione na oddziaływanie społecznych prototypów. Równie istotna jest projekcja ambicji rodzicielskich na dziecko. Wobec osobistej „porażki” albo ograniczonego „sukcesu” wielu rodziców tłumi swe początkowe cele, wartości i odracza dalsze wysiłki, próbując zastępczo osiągnąć cel poprzez dzieci.<sup>7</sup> Dlatego motywacja często pomaga w osiągnięciu sukcesu, w działaniach przedsiębiorczych.

Społeczeństwo złożone z ludzi motywowanych do twórczej aktywności i zdolnych do uczenia się dzięki nieustannym ludzkim działaniom, stale się przekształca, następuje rozwój. Decydują o tym cztery rodzaje czynników:

- cechy osobowości jednostek, dominujący typ osobowości (na społeczeństwo aktywne muszą się składać jednostki twórcze, innowacyjne, zorientowane na osiągnięcia, cechujące się znaczną wiedzą, wyobraźnią i realizmem; mające poczucie autonomii, integralności i niezależności);
- właściwości struktur społecznych, warunków, w których ludzie podejmują działania (społeczeństwo aktywne musi otwierać pole do swobodnej, twórczej aktywności, motywować i dawać możliwości ekspresji);
- panujący w społeczeństwie stosunek do tradycji, przeszłości (społeczeństwo aktywne jest zakorzenione w przeszłości, ciągłości historycznej, czerpie z niej siły i środki do dalszego rozwoju);
- wizja oczekiwanej przyszłości (w społeczeństwie aktywnym panują optymizm i nadzieja, poczucie mocy, przekonanie, że przyszłość zależy od ludzkich działań, a nie zrządeń opatrności).<sup>8</sup>

Przyjrzyjmy się bliżej kwestii osobowości, przedsiębiorczości rodzinnej oraz motywacji, które są ważnymi aspektami przedsiębiorczości.

### **Osobowość a przedsiębiorczość**

Starając się zrozumieć rolę przedsiębiorczości w aktywizacji gospodarczej, nie można zapomnieć o wadze poznania zachowań jednostki i jej osobowości jako siły sprawczej przedsiębiorczości. To właśnie osobowość wpływa na sposób radzenia sobie z sytuacjami kryzysowymi. Niektórzy ludzie są spokojni i bierni, inni zaś hałaśliwi i agresywni. Osobowość jest kombinacją cech psychicznych. Psychologowie definiują osobowość jako względnie stały wzorzec emocji, motywów i postępowania odróżniający jednego człowieka od drugiego.<sup>9</sup>

Na podstawie wszechstronnych badań psychologicznych zidentyfikowano 16 podstawowych cech osobowości. Stwierdzono, że owe 16 cech stanowi trwałą i niezmienną podstawę

<sup>6</sup> J. Szczepański, op. cit.

<sup>7</sup> R.K. Merton, 2002, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

<sup>8</sup> P. Sztompka, op. cit.

<sup>9</sup> S.A. Rathus, 2004, *Psychologia współczesna*, GWP, Gdańsk.

zachowań, umożliwiającą przewidywanie zachowania jednostki w określonych sytuacjach, dzięki ustaleniom ich wagi w danym kontekście.<sup>10</sup>

Jednym z najbardziej rozpowszechnionych kwestionariuszy osobowości jest wskaźnik typów Myersa–Briggsa (MBTI). Typy osobowości klasyfikuje się jako: ekstrawertyczne lub introwertyczne (E lub I), poznawcze lub intuicyjne (S lub N), myślące lub uczuciowe (T lub E) oraz obserwujące lub oceniające (P lub J). Kombinacje tych określeń tworzą 16 typów osobowości. INTJ to wizjonerzy; zwykle mają oryginalne pomysły i wielki zapał do realizacji własnych zamierzeń. Takich ludzi charakteryzuje się jako sceptycznych, krytycznych, niezależnych, zdecydowanych i często upartych. ESTJ to organizatorzy. Są praktyczni, realistyczni, trzeźwo myślący; mają wrodzony talent do interesów lub uzdolnienia techniczne. Lubią organizować pracę i nią kierować. ENTP to konceptualiści. Są szybcy, błyskotliwi i wszechstronnie uzdolnieni. Zazwyczaj są skuteczni w rozwiązywaniu niekonwencjonalnych problemów, lecz zaniedbują czynności rutynowe. Według opublikowanej niedawno książki przedstawiającej 13 współczesnych biznesmenów, którzy doprowadzili do potęgi najbogatsze firmy, m.in.: Apple Computer, Federal Express, Honda Motors, Microsoft, Sony i Prince Club, wykazano, że cała trzynastka należała do typu NT (czyli osób intuicyjnych i myślących). Innym modelem jest pięcioskładnikowy model osobowości nazywany „wielką piątką”. Składnikami wielkiej piątki są: ekstrawersja, ugodowość, sumienność, stabilność emocjonalna i otwartość na doświadczenia. Badania nad „wielką piątką” nie tylko umożliwiły tworzenie jednolitych opisów osobowości, ale również przyczyniły się do odkrycia ważnej relacji pomiędzy wymiarami osobowości a osiągnięciami zawodowymi. Ekstrawersja pozwala np. oczekiwać dobrych wyników na stanowiskach kierowniczych, podobnie otwartość na doświadczenia. Sumienność jest prognostykiem osiągnięć zawodowych we wszystkich grupach, a stabilność emocjonalna nie ma na nie wpływu. Innymi podstawowymi atrybutami osobowości są: umiejscowienie kontroli, autorytaryzm, makiawelizm, samokontrola, skłonność do ryzyka oraz osobowość typu A. Niektórzy ludzie sądzą, że sami kształtują swój los, inni uważają się za pionki w grze, są przekonani, że to co im się przytrafia, jest tylko sprawą szczęścia lub zrzędzeniem losu. Osoby skrajnie autorytarne wykazują sztywność umysłu, osądzają innych, są przesadnie układne wobec przełożonych i lekceważą podwładnych, na zmiany reagują niechęcią i obawą. Jednostka mająca silne skłonności makiawelistyczne posługuje się manipulacją, zachowuje dystans emocjonalny i wierzy, że cel uświęca środki. Osoby o znacznym stopniu samokontroli są wrażliwe na sygnały z zewnątrz i umieją dopasować swoje zachowanie do różnych sytuacji. Ludzie różnią się skłonnością do podejmowania ryzyka. Natomiast osobowość typu A to ludzie nastawieni na rywalizację.

Ludzie mają różne osobowości. Najlepiej zbadaną teorią zgodności zawodu jest model sześciu typów osobowości: realistyczny, badawczy, społeczny, konwencjonalny, przedsiębiorczy, artystyczny. Typ osobowości przedsiębiorczy preferuje działalność werbalną, dającą możliwość oddziaływania na innych i zdobywania władzy. Jest pewny siebie, ambitny, energiczny, władczy. Typ realistyczny preferuje aktywność fizyczną wymagającą umiejętności, siły i koordynacji. Jest nieśmiały, rzetelny, wytrwały, zrównoważony, ugodowy, praktyczny. Typ badawczy preferuje zajęcia związane z myśleniem, organizowaniem i rozumieniem. Jest analityczny, oryginalny, do ciekliwy, niezależny. Typ osobowości konwencjonalny preferuje czynności zgodne z regułami, uporządkowane i jednoznaczne. Jest ugodowy, skuteczny, praktyczny, pozbawiony wyobraźni, nieelastyczny. Typ artystyczny preferuje zadania niejednoznaczne i niesystematyczne, które umożliwiają ekspresję twórczą. Jest obdarzony wyobraźnią, nieuporządkowany, idealistyczny, emocjonalny, niepraktyczny. Typ społeczny preferuje działalność związaną z pomaganiem i wychowaniem. Jest towarzyski, życzliwy, uspołeczniony, wyrozumiały.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> S.P. Robbins, 2001, *Zasady zachowania w organizacji*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań.

<sup>11</sup> Ibidem.

Rola osobowości w zakładaniu i prowadzeniu własnej działalności gospodarczej ma znaczenie. Niepewność rynku, potrzeba podjęcia ryzyka, umiejętności przewodzenia, oto niektóre czynniki mające wpływ na przedsiębiorczość.

Czy każdy przedsiębiorca musi być dobrym przywódcą? Skuteczne przywództwo odgrywa zasadniczą rolę w gospodarce, w administracji oraz w rozmaitych grupach i organizacjach, które kształtują styl życia, pracy i zabawy. Przywództwo jest to umiejętność oddziaływania na grupę w dążeniu do określonych celów. Źródłami takiego wpływu mogą być:<sup>12</sup>

1. formalna pozycja kierownika,
2. uczucie,
3. kompetencje fachowe, wiedza,
4. osobowość,
5. charyzma.

Wskazano sześć cech wyróżniających przywódcę spośród innych ludzi. Są to: zapał i ambicja, chęć kierowania innymi i wywierania wpływu, uczciwość i rzetelność, pewność siebie, inteligencja oraz rzetelna wiedza techniczna związana z zakresem odpowiedzialności. Wbrew powszechnej opinii, przywództwo nie zawsze musi być ważne. Wpływ przywództwa mogą neutralizować np. cechy pracowników: doświadczenie, kwalifikacje, kompetencje zawodowe oraz potrzeba niezależności.

### **Przedsiębiorczość rodzinna**

Ważnym aspektem w funkcjonowaniu gospodarki jest przedsiębiorczość rodzinna. Rodzina jest środowiskiem sprzyjającym zachowaniom przedsiębiorczym. Można przypuszczać, że firmy rodzinne stanowią dosyć wysoki odsetek polskiego sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Konieczność utrzymania rodziny wywiera poważny wpływ na decyzję o założeniu firmy. Przedsiębiorczość jest ważnym aspektem większości firm rodzinnych, a firma rodzinna często wspiera wysiłki jej członków do działań przedsiębiorczych.<sup>13</sup> W Stanach Zjednoczonych firmy rodzinne stanowiły pod koniec XX w. około 90% z 15 mln przedsiębiorstw. Jedna trzecia spośród największych 500 firm amerykańskich była własnością rodzin. W Stanach Zjednoczonych firmami rodzinnymi są takie przedsiębiorstwa (marki), jak: Cargill, Mariett, Levi-Strauss, Mars Candy, Tyson Foods, Hallmark. Na kontynencie europejskim źródłem przedsiębiorczości rodzinnej są gospodarki rynkowe Europy Zachodniej. Najwyższy poziom aktywności firm rodzinnych występował pod koniec XX w. we Włoszech (99%), podobnie w Niemczech (80% firm było kontrolowanych przez rodziny). W Wielkiej Brytanii 76% z 8 tys. największych przedsiębiorstw było w posiadaniu lub pod kontrolą rodziny. Po 1989 r. wiele firm rodzinnych powstało w Europie Środkowo-Wschodniej, zwłaszcza w Polsce, Czechach, na Węgrzech.<sup>14</sup> Badacze są zdania, że firmy rodzinne są podstawą tworzenia stabilnej gospodarki. Przedsiębiorstwo rodzinne jest bardziej skłonne do „reinvestycji w siebie” w celu utrzymania, utrwalenia i pomnożenia majątku dla przyszłych pokoleń. Firma rodzinna jest zdolna do przeprowadzenia długookresowych inwestycji i skutecznie opiera się presji osiągnięcia krótkookresowych korzyści. W literaturze podkreśla się, że w obecnym okresie transformacji w Polsce sektor małych i średnich przedsiębiorstw, w tym firm rodzinnych, odgrywa ważną rolę ze względu na:

<sup>12</sup> *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, 1995, A. Koźmiński, W. Piotrowski (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

<sup>13</sup> J. Jeżak, W. Popczyk, A. Winnicka-Popczyk, 1995, *Przedsiębiorstwo rodzinne*, Difin, Warszawa.

<sup>14</sup> *Ibidem*.

- aktywny udział w procesie zmian struktury przemysłowej kraju;
- produkcję towarów i usług, na które popyt jest niewielki lub bardzo zmienny;
- ugruntowanie się zasad rynkowych w postawach ludzi i pojawienie się konkurencji;
- zmniejszenie bezrobocia powstającego w związku z kurczeniem się sektora publicznego.<sup>15</sup>

Jednym z poważnych motywów w zakładaniu firmy rodzinnej jest kwestia zaufania. Ryzyko i obawy związane z nowym przedsięwzięciem są tak duże, że łatwiej jest współdziałać i przezwyciężać problemy z kimś, komu ufamy. Zaufanie oznacza przeświadczenie, że druga strona nie będzie oszukiwać w słowach, działaniach i decyzjach. Pojęcie pozytywnego przeświadczenia zakłada wiedzę o drugim człowieku. Zaufanie jest związane z przeszłością i tworzy się na podstawie istotnych, chociaż ograniczonych doświadczeń. Wymaga czasu, nabywania i gromadzenia doświadczeń. Trudne jest natychmiastowe zaufanie komuś, o kim nic nie wiemy. W sytuacji skrajnej, w przypadku całkowitej niewiedzy, można ryzykować, ale nie: ufać. Dlatego zaufanie jest jednym z powodów zakładania firm rodzinnych, rozwoju przedsiębiorczości rodzinnej.<sup>16</sup> F. Fukujama dość obszernie analizuje kwestię zaufania lub jego braku w gospodarowaniu. Według niego kapitał społeczny ma poważny wpływ na charakter gospodarki przemysłowej, którą dane społeczeństwo jest w stanie stworzyć. Jeżeli pomiędzy współnikami danego przedsięwzięcia istnieje wzajemne zaufanie wynikające z uznawania tych samych norm kodeksu etycznego, to prowadzenie interesów jest mniej kosztowne. Kapitał ten może być cechą najmniejszej i najbardziej podstawowej grupy społecznej, jaką jest rodzina; można go rozpatrywać w skali całego narodu lub w obrębie wszystkich grup pośrednich.<sup>17</sup>

### **Motywacja w przedsiębiorczości**

Podstawową cechą człowieka, który poradzi sobie w życiu, jest motywacja do poszerzania wiedzy, a co za tym idzie – umiejętności w działaniu. Dziś nikt nie wątpi, że podstawą tych działań jest wychowanie dziecka w rodzinie, ale niezwykle istotne jest również kształcenie postaw studentów, wskazywanie im „ścieżek”. By wychować młode pokolenie do sukcesu i przedsiębiorczości, trzeba dążyć do rozwijania wielu cech osobowości młodych ludzi, przez:

- pobudzanie motywacji i aspiracji,
- rozwijanie zainteresowań i zdolności,
- wyzwalanie aktywności i własnej twórczości,
- przekazywanie wartości ponadczasowych,
- kształtowanie samodzielności,
- kształtowanie stabilnej samooceny.<sup>18</sup>

Maslow uważał, że ludzi od zwierząt odróżnia zdolność do samourzeczywistnienia, czyli inicjowania przez samego człowieka dążenia do stania się osobą, którą mógłby się stać, realizując w pełni swój potencjał. Jego zdaniem potrzeba samourzeczywistnienia jest równie ważna u ludzi jak głód. To ta potrzeba popycha ludzi do zostania pianistami, dyrektorami wielkich przedsiębiorstw czy pisarzami. Sformułował on tezę, że potrzeby ludzkie tworzą pewną hierarchię, od potrzeb fizjologicznych aż do potrzeby samourzeczywistnienia. Wierzył, że naturalna droga rozwoju

<sup>15</sup> Ibidem.

<sup>16</sup> S.P. Robbins, op. cit.

<sup>17</sup> Zob. F. Fukujama, 1997, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, PWN, Warszawa-Wrocław.

<sup>18</sup> J. Jeżak, W. Popczyk, op. cit.

człowieka wiedzie od zaspokajania potrzeb podstawowych do coraz wyższych pięter w hierarchii, na którą składają się następujące rodzaje potrzeb:

1. potrzeby fizjologiczne,
2. potrzeby bezpieczeństwa,
3. potrzeby przynależności i miłości,
4. potrzeby szacunku i dowartościowania,
5. potrzeby samourzeczywistnienia.

Maslow uważał także, że ludzie są motywowani przez świadomą potrzebę osobistego rozwoju.<sup>19</sup> Krytycy teorii Maslowa wskazują natomiast na to, że zróżnicowanie poszczególnych osób jest zbyt duże, aby dla wszystkich można było zasadnie postulować tę samą hierarchię motywów. Psychologowie humanistyczni podkreślają, że ludzie są w stanie wytrzymać ból, głód i wiele innych napięć, by osiągnąć stan samourzeczywistnienia. Motywacja jest bardzo ważnym aspektem w rozwoju przedsiębiorczości. Motywy zakładania własnej działalności gospodarczej mogą być różne: bezrobocie, chęć zysku, chęć zostania panem własnego losu, chęć samorealizacji, chęć dokonania czegoś ważnego w życiu, potrzeba szacunku, uznania czy objęcie firmy otrzymanej w spadku. Jednakże niezwykle istotne jest to, by wykształcić w młodych umysłach chęć dokonania tych właśnie rzeczy, podjęcia ryzyka i odpowiedzialności za siebie i innych. Jest to zadanie, które stoi przede wszystkim przed rodziną, ale również przed szkołami i wykładowcami uczelni wyższych, którzy – dając podbudowę teoretyczną – nie powinni zapominać o zachęcaniu młodych ludzi do robienia rzeczy wielkich. Nauczać i motywować, sprawiać, by bycie przedsiębiorczym stało się modne, to zadanie, przed którym stoi edukacja. Ważną rolę pełnią też środki masowego przekazu, zwłaszcza telewizja.

Poruszane w tym artykule kwestie osobowości, zaufania, przywództwa, powstawania firm rodzinnych, motywów działania, nie wyczerpują kwestii przedsiębiorczości. Jesteśmy na początku drogi, którą sami tworzymy. Możemy wzorować się na drodze, którą przeszli inni, jednak nasza jest niepowtarzalna i musimy ją sami pokonać. Przedsiębiorczość jest zjawiskiem złożonym, ale nie można zapominać, że to człowiek jest twórcą przedsiębiorstwa. Ma swoje aspiracje, problemy, wizje, plany. Swoje marzenia i problemy. W tym zmaganiu z rzeczywistością może pomóc wsparcie rodziny, które jest pierwszym etapem rozwoju człowieka, jego osobowości, i może być czynnikiem zarówno motywującym, jak i hamującym rozwój.

## Literatura

1. Fukujama F., 1997, *Zaufanie. Kapitał społeczny a droga do dobrobytu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Wrocław
2. *Imponderabilia wielkiej zmiany*, 1999, P. Sztompka (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa-Kraków
3. Jeżak J., Popczyk W., Winnicka-Popczyk A., 2004, *Przedsiębiorstwo rodzinne*, Difin, Warszawa
4. Merton R.K., 2002, *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa
5. Rathus S.A., 2004, *Psychologia współczesna*, GWP, Gdańsk
6. Robbins S.P., 2001, *Zasady zachowania w organizacji*, Zysk i S-ka, Poznań

---

<sup>19</sup> S.A. Rathus, op. cit.

7. Szczepański J., 1970, *Elementarne pojęcia socjologii*, PWN, Warszawa
8. Sztompka P., 2003, *Socjologia*, Znak, Kraków
9. *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, 1995, A. Koźmiński, W. Piotrowski (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

## **Personality, Motivation and Family Business in Enterprise**

Poland has short experience in the free market economy. We have just been learning to “taking the matters in our own hands” to face new reality. One of the problems we face at the beginning of the way to market economy is enterprise. We have to dare “begin something new”. The question is: Does a personality, safety and motivation have influence on enterprise? Is establishing family business a necessary evil or a mean of manage new reality? Can you make enterprise fashionable and what does depend on us?

There are no simple answers to those questions. The subjects touched in this article indicate certain question of enterprise that is worth observing.